



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY  
DENMARK

## Eksperternes Valg

Larsen, Malene Charlotte

*Published in:*  
Kommunikatøren

*Publication date:*  
2007

*Document Version*  
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*  
Larsen, M. C. (2007). Eksperternes Valg. *Kommunikatøren*, 5, 10-11.

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# EKSPERTERNES VALG

Kommunikatøren har bedt 12 eksperter vælge de mest interessante

eksempler på sociale medier. God læselyst – vi mødes på nettet



## www.arto.dk

Ud fra et medie- og mediefor-skerperspektiv må jeg nævne arto.dk, som ikke alene su-verænt er Danmarks største sociale medie, men også det site hvor danskerne bruger længst tid. Hver måned bruger danske unge, hvad der svarer til små 500 år på at være virtuelt sam-men i chatrum, gæstebøger og på billedsider. Arto har simpelt-hen betydning for danske unges hverdag.

*Carsten Andreassen er medieforsker i Danmarks Radio.*

Arto er en interessant afspej-ling af ungdommen i dag. Her dyrker de 12-18-årige hverda-gen, og deres offline liv smelter sammen med kommunikationen i det virtuelle rum. Via bekræf-tende beskeder opretholder de unge deres eksisterende venska-ber, og ved hjælp af det sociale netværk konstruerer de løbende deres identitet. Brugere om-definerer konstant brugen af de forskellige funktioner for at tilpasse sitet deres egne behov. *Malene Charlotte Larsen er Ph.D.-studerende på Aalborg Universitet.*



## del.icio.us

-samler dine bookmarks online.

Del.icio.us gør én ting godt, hur-tigt og simpelt, med stor output for brugerne. Mere infrastruk-tur og mindre medie - det er fremtiden. Det sociale er meget diskret, men super virksomt. Og så er brugernes 'tags' med til at lave nye veje ind i internettets rodekasse, det er da vigtigt! *Martin Sønderlev Christensen er digital rådgiver i Advice Digital A/S.*

Man kan lære meget af del.icio.us. På kort sigt bliver det lidt nemmere at få adgang til dine bookmarks. Og helt uden at gøre noget for det er du snart efter med i et verdensomspæn-dende socialt samarbejde: En kategorisering af internettet. Det hele er næsten lettere end de gammeldags bookmarks, du lavede før. *Morten Gade er kommunikations-rådgiver i Bysted A/S og ekstern lektor på IT-Universitetet.*



## www.flickr.com

Flickr rummer mange indgange til de samme data, hvilket gør det lettere at finde informationer på tværs af sprog, lande, licen-ser, temaer og fotoudstyr. Flickr er ikke alene den primære cen-trale kilde for fotos, men giver også tilsvarende mange udgange til struktureret eksportering til videre brug.

*Peter Brodersen er selvstændig programmør og skaberen af Findvej.dk.*

En kliche lyder, at et billede si-ger mere end 1000 ord. Selvom det ikke altid er sandt, er det nemmere at tage et billede og trykke 'send to Flickr' end at skrive 1000 ord. Fotoblogging er en nem og intuitiv måde at kom-munikere med sine venner og familie på, som egner sig godt til en visuel mobil kultur. *Søren Mørk er Ph.D.-studerende på IT-Universitetet i København.*



## www.globalvoicesonline.com

Global Voices Online er en nyhedsblog skrevet af bloggere fra den tredje verden, hvor sitet fokuserer på, hvad bloggerne diskuterer i de forskellige lande. De diskuterer, deler videoer og udgiver podcasts på tværs af landegrænser og giver os et andet billede af verden end de vestlige medier.

*Kim Elmoose er blogredaktør på Politiken.dk.*



## www.ning.com

Jeg anvender en række sociale medier til at dele viden med fagfæller. Jeg synes, der er mest perspektiv i Ning, der facilite-rer mindre sociale netværk. På Ning kan du i en gruppe dele viden, blogge, debattere, oprette nyhedsfeeds og profiler, samt dele kalender, videoer, lydfiler og meget mere..

*Lars Sandström er kommunikati-onsrådgiver i Bysted A/S.*



## www.last.fm

Jeg er inkarneret musikelsker, men som familiefar til 3 har jeg ganske enkelt ikke tid til at hænge ud i undergrunds pladeshops i timevis som i mine 20'ere. Last.FM er min redning! Nu kan jeg blive inspireret af ligesindede og følge med i nye musikstrømninger hjemmefra. *Bo Drejer er Evangelism Manager hos Microsoft Danmark*



## www.wikipedia.org

Wikipedia er for mig essensen af et vellykket socialt medie. Med radikal åbenhed, fælles ejerskab og frivillig arbejdskraft har man skabt noget fundamentalt anderledes end 'traditionelle' encyklopædier. Noget, der kom-mer tættere på grundideen om en encyklopædi som et uende-ligt, dynamisk og fælles netværk af viden. Og vigtigst er helt uvurderlig ressource for mange flere over hele verden, end der nogensinde har bladret i Britan-nica.

*Niels Mølberg Lund Pedersen er tilknyttet Social Square og ekstern lektor på IT-Universitetet.*



## demo.openlibrary.org

Med det løfterige projekt Open Library – endnu i demo – kan en vision blive sand, der daterer tilbage til fremkomsten af trykkekunsten: Et katalog over alle verdens bøger. Men hvor Leibniz' Semestria skulle styres af de få, er dette katalog en wiki, som alle kan bidrage til.

*Astrid Illum, der skriver speciale om Wikipedia, læser filosofi og kom-munikation på RUC og arbejder for Operate A/S.*



## www.ideoffensiv.dk

Skanderborg Kommune viser med Idéoffensiv.dk, at brugerdrevet innovation på nettet er mulig. Der er mere end 600 gode ideer fra kommunens borgere på siden og 200 samtaler i gang. Kom-munens medarbejdere er synlige, udviklingsstrategien bliver til i en åben proces, og dialogen klæder folkestyret.

*Trine-Maria Kristensen er direktør i Social Square, og har udviklet Ideoffensiv.dk.*